



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA BANCA ELECTRÓNICA Y LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE EN EL BANCO SCOTIABANK, DISTRITO DEL  
RÍMAC, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado (a) en Administración

Autores:

Jimmy Dante Cjahua Taco

Mirella Gisella Valdez Valderrama

Asesor:

Mg. Oscar Guillermo Chiccon Mendoza

Lima - Perú

2020

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>51</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Expertos considerados para la Validación.....	25
Tabla 2. Análisis de validación del instrumento por juicio de expertos.....	25
Tabla 3. Matriz de Operacionalización de variables.....	28
Tabla 4. Prueba de Alfa de Cronbach .....	29
Tabla 5. Correlación de variables: Banca electrónica y Satisfacción del cliente.....	30
Tabla 6. Correlación de dimensiones: Accesibilidad y Expectativas.....	31
Tabla 7. Correlación de dimensiones: Rapidez y Percepción.....	32
Tabla 8. Correlación de dimensiones: Seguridad y Calidad percibida.....	33
Tabla 9. Disponibilidad de acceso.....	34
Tabla 10. Rapidez de operaciones.....	35
Tabla 11. Garantía operacional.....	36
Tabla 12. Resultados útiles.....	37
Tabla 13. Cobertura de necesidades.....	38
Tabla 14. Cumplimiento de calidad .....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Disponibilidad de acceso .....	34
Figura 2. Rapidez de operaciones .....	35
Figura 3. Garantía operacional.....	36
Figura 4. Resultados útiles.....	37
Figura 5. Cobertura de necesidades .....	38
Figura 6. Cumplimiento de calidad.....	39

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. La metodología de esta investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental y corte transversal. La técnica de recopilación de información usada es la encuesta, la cual es aplicada a 250 clientes de la entidad en mención que forman parte de la muestra no probabilística por conveniencia que se ha escogido. En el análisis de confiabilidad del instrumento, el valor del índice Alfa de Cronbach es de 0.967, indicando consistencia interna con tendencia alta, mientras en el análisis inferencial, para la hipótesis general, el coeficiente Rho Spearman encontrado es de 0.902 indicando una relación positiva y alta. Asimismo, ya que la significancia bilateral 0.000 es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis general nula ( $H_0$ ). Las conclusiones de la investigación señalan una fuerte relación existente entre las variables de estudio, más aun, las dimensiones expectativas, percepción y calidad percibida de los clientes muestran una clara relación dependiente del servicio que se ofrece a través de la banca electrónica en el que se involucra la accesibilidad, rapidez y seguridad.

**Palabras clave:** “Banca electrónica”, “Satisfacción del cliente”, “Calidad percibida”.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## REFERENCIAS

- Aibar, M. (2017). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=HjAbAgAAQBAJ&lpg=PA1&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Alcívar, J., & Franco, J. (2016). *Análisis del uso de la Banca Electrónica en personas mayores a 40 años en la ciudad de Guayaquil: Caso de estudio página web y APP móvil* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Alvares, M., Hernández, J., & López, P. (2007). *Servicios Financieros, Accesibles para todas las personas*. Madrid. Bankinter y Fundación Once.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cabrera, L., Morante, D., & Pacherras, A. (2016). *El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides Filial Chíncha del Banco de Crédito del Perú* (Tesis de Licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la vega, Chíncha, Perú.
- Córdoba, J., Calero, C., & Marhuenda, Y. (2007). Modelo de Calidad para Portales Bancarios, 2-12. Recuperado de <https://www.dlsi.ua.es/~ccachero/papers/clei07.pdf>
- Domínguez, J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de Maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Figueredo, P. (2016). *Análisis de un modelo de confianza hacia la banca en internet, en un país de baja adopción* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Gonzales, A. (2017). *El desarrollo de la banca electronica y la aceptacion de los clientes de Lima Metropolitana de los 04 principales Bancos del Peru*. (Tesis de Licenciatura).

Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA6&dq=H%C3%ADper+Satisfacci%C3%B3n+del+Cliente&ots=pBQvQjt9wn&sig=UitcsQwIFSNAsg9Cu9ZRXyEVfrQ#v=onepage&q=H%C3%ADper%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA6&dq=H%C3%ADper+Satisfacci%C3%B3n+del+Cliente&ots=pBQvQjt9wn&sig=UitcsQwIFSNAsg9Cu9ZRXyEVfrQ#v=onepage&q=H%C3%ADper%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente&f=false)

Guerrero, G. (2014). *Metodología de la investigación*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Huete, M. (2017). *Incidencia en el uso de los canales de servicios alternativos - Agentes Banpro, en la zona urbana del municipio de Matagalpa, durante el periodo 2017* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.

Lara, E. (2013). *Fundamentos de investigación - Un enfoque por competencias*. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=LgDYDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=libro+de+metodologia+de+la+investigacion&ots=TYB5cyaPJO&sig=wPSORbHrVZEf-zwsd6K6Tu1pQfY#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=LgDYDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=libro+de+metodologia+de+la+investigacion&ots=TYB5cyaPJO&sig=wPSORbHrVZEf-zwsd6K6Tu1pQfY#v=onepage&q&f=false)

Lefcovich, M. (2009). *Satisfacción del consumidor*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>



Lévy, J., Bourgault, N., Calvo, C., y Trudel, M. (2020). La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural. *Ciencia Ergo Sum*, 27(2), 1–22. doi.org/10.30878/ces.v27n2a3

Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de calidad. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=calidad+percibida+libros&ots=Iuo4gipR7n&sig=65tfISPOQG0Qq59Q971IT4hk1XM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=calidad+percibida+libros&ots=Iuo4gipR7n&sig=65tfISPOQG0Qq59Q971IT4hk1XM#v=onepage&q&f=false)

Moro, M. y Rodés, A. (2014). *Marketing digital: Comercio y marketing*. Recuperado de [https://books.google.es/books?id=CBpfAwAAQBAJ&lpg=PA1&ots=Fp1\\_araLhv&dq=Marketing%20digital%3A%20Comercio%20y%20marketing&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Marketing%20digital:%20Comercio%20y%20marketing&f=false](https://books.google.es/books?id=CBpfAwAAQBAJ&lpg=PA1&ots=Fp1_araLhv&dq=Marketing%20digital%3A%20Comercio%20y%20marketing&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Marketing%20digital:%20Comercio%20y%20marketing&f=false)

Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Pérez, H., Lagunes, M., Vázquez, S., y Barahona, J. (2015). Las percepciones de la satisfacción del cliente en las entidades financieras: Evidencia de puebla, México. *Revista Electrónica de Internacional Administración & Finanzas*, 8 (6), 29-38. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/280385802>

Saravia, E. (2018). Adopción de Tecnología en Servicios de Banca Electrónica . *GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología*, 6(2), 24-48. Recuperado a partir de <https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/3167>

Scotiabank. (2020). *Memoria Anual 2019*. Recuperado de <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/MEMORIA%20SBP%202019-vf.pdf>

- Suriaga, M., Bonilla, J., & Sánchez, L. (2016). Banca Electrónica. *Revista Académica Contribuciones a la Economía*, 2-13. Recuperado de <http://eumed.net/ce/2016/1/banca.html>
- Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. Moodle, 1-6.
- Valdiviezo, Z. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, Agencia Piura 2016* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Yauri, J., & Tomas, F. (2018). *Las TIC y su influencia en la cobertura de los canales de atención del BCP agencia Pasco - 2018* Pasco (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco, Perú.